知识管理论坛 ISSN 2095-5472 CN11-6036/C
Knowledge Management Forum

E-mail: kmf@mail.las.ac.cn
http://www.kmf.ac.cn

【学术探索】

微信模式下个体知识扩散类型及特征研究

◎ 张凌志[1] 薛晶心[2]

[1] 天津外国语大学研究生院 天津 300204 [2] 天津外国语大学国际商学院 天津 300270

摘要：[目的 / 意义] 针对微信这个应用广泛的信息传播平台，进行个体知识的扩散的行为研究，有助于完善个体知识扩散理论。[方法 / 过程] 依托个体知识扩散模型，分析微信模式下个体知识扩散的类型。从个体知识扩散的实时性、短期性、专业性、友善性和传导性的特征分析了个体在微信模式下的扩散形式。[结果 / 结论] 微信的出现，促进了个体知识的扩散及创新的认可。

关键词：微信 个体知识 知识扩散

分类号：F403.6

引用格式：张凌志，薛晶心 . 微信模式下个体知识扩散类型及特征研究 [J/OL]. 知识管理论坛 , 2017, 2(4): 296-303[引用日期]. http://www.kmf.ac.cn/p/1/127/.

微信是自媒体领域应用最为普及的一个工具，根据 QuestMobile 所发布的《2016 春季 APP 实力榜》显示，微信的注册用户数量超过了 9.27 亿，成为最重要的用户沟通工具 [1]。微信作为一个即时通讯工具，以其便利性、碎片化操作及高普及型特点提升了用户的线上交互水平 [2]。用户在进行沟通的过程中，微信作为平台起到了汇集信息、扩大交互群体范畴、增加信息交流的便捷性和实时性 [3] 的作用。在这个虚拟环境下，关系的维系成为保持用户联接的主要手段，个体的知识背景、生活方式及兴趣偏好成为划分群体的重要因素 [4]。个体越来越多地使用社交媒体平台进行知识交互，个人公众号和兴趣群的建立成为信息汇集和知识扩散的重要方式，提升了知识的流动性 [5]。

通过研究发现，知识的扩散是依托社会网络模式展开，其差异程度会影响知识扩散的效果 [6]。社会网络中的个体自身的知识特征、关系长度和聚类方式都会影响到知识扩散的频率 [7]。已有对知识扩散的研究多从知识扩散的路径及效果视角展开研究，伴随自媒体应用的普及，知识扩散的速度和方式较以前有了巨大的改变，虚拟组织代替了传统的组织形式，线上知识传播成为主要的知识扩散形态。对于多数人来说，微信已经是生活、工作和学习的主要信息来源，利用这一工具进行知识扩散成为了常态。本文通过分析微信模式下的知识扩散形式，结合知识扩散的特征，研究微信模式下个体知识扩散的形态和特点，研究结果有助于完善个体知识扩散理论。

基金项目：本文系天津市哲学社会科学规划基金资助项目“基于演化经济理论的天津市中小企业协同创新联盟构建模式研究”（项目编号：TJYY12-139）研究成果之一。
作者简介：张凌志 (ORCID： 0000-0001-8699-3354)，副院长，副教授，博士，E-mail: zhanglz2005@163.com；薛晶心 (ORCID：0000-0001-7007-0715)，副教授，硕士。
收稿日期：2017-05-05 发表日期：2017-07-27 本文责任编辑：易飞

知识管理论坛，2017(4):296-303
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2017.032

1 个体知识扩散模型

知识扩散是知识发展社会化的重要方式，知识需要被受众所认可并吸收才能实现知识的传承和发展。这一过程遵循社会网络的扩散途径，其转移的速度和程度与知识的载体及扩散的社会属性息息相关，是一种知识进化的过程[8]。野中郁次郎认为个体是知识创新的本源，新知识的产生需要经过 4 个模式的转化（共同化、表出化、联结化和内在化）来实现，个体知识的放大需要在组织内进行，即通过与他人的交互完成知识的确认[8]。知识扩散是从知识产生创意的初始阶段开始实施的过程，通过与其他个体进行交互来实现对创意的确认和知识熟化的过程。知识的扩散需要主体对知识的承接，接受个体的存量知识特征决定了是否能够实现知识吸收。因此，知识的这种流动带有较强的导向性，通常在相关知识背景的群体内进行知识扩散较快，跨知识学科下的知识扩散较慢。

经过多年研究，本课题组在生物进化理论基础上和知识发酵理论基础上构建了知识进化模型[10]，并据此构建了微信模式下个体知识扩散模型（见图 1）。个体基于创意产生一个主题，然后与其他个体进行交互，通过对知识修订实现知识的熟化。发送端主体会利用一些图片、视频等手段作为催化剂实现知识传播的加速过程。接收端主体接受到知识后需要进行识别和分析，与自身的存量知识产生结合后，再向第三方个体进行传递。知识的交互模式是一种自发的过程，采用知识学习的模式进行，通过主题阐述实现与交流对象之间的沟通[11]。知识扩散的环境因素体现在对所扩散知识的辅助信息提供，为主体提供知识获取的要素信息，完善相关知识的理解，帮助个体实现知识扩散。

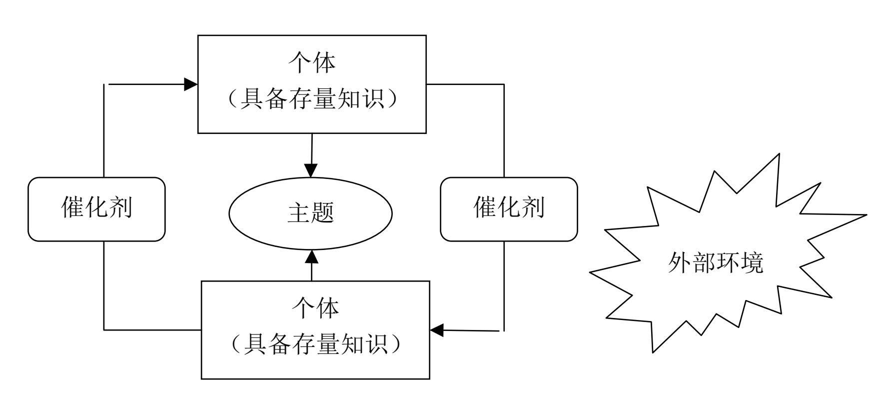


图 1 个体知识扩散模型

2 微信模式下个体知识扩散的类型

2.1 主动阐述型

每一个用户个体都具备差异化的知识特征，这种知识差异体现在知识的总量、分类知识的区别、细分知识的深度、关联性知识的交叉区域等方面，一般表现为知识的数量和知识的质量的差异。个体知识的差异造成不同的个体在面临相同的环境会产生不同的知识基因融合，这种知识基因片段的融合造就了知识创意的构建。个体形成一种新的知识创意，需要进行知识的确认，这一确认过程产生了知识扩散。研究表明，个体知识存在质量和数量上的差异，这种差异构成了个体知识传递的前提，个体知识的位势差说明了知识传递的必要性，代表了知识扩散的本源[12]。个体知识的位势差异决定了知识的传递一般是从位势高的个体传递到位势低的个体，位势低的个体更倾向于构筑与位势高的个体之间的知识链，进而实现持续性、改进型的知识传递。知识位势高的个体对于知识传递的欲望决定了知识传递是否会发生，个体知识深度和知识广度的差异是影响知

识传递效果的重要因素。个体之间的知识传播是一个双向的过程，知识的承接方也愿意通过知识交互与知识的发布者进行交互确认，这一交互的过程是对已有知识的创新进行识别和确认的过程。

用户利用微信发布信息是一种信息传递及知识传播的过程，利用点赞及回复功能实现不同个体间信息交互和相关知识传递。用户结合自身的经历及相关社会现象，就某一时间点的心境及感触，抒发个人感受，进而通过微信发布信息。这个行为可以看做是知识创意的产生形态，创意的形成通常来自于灵感的火花，个体自有存量知识与关联知识在特定环境下形成一种知识的吻合，通过知识基因片段的融合产生新的知识创意。不同的用户面对相同的信息会形成不同的知识创意构建，这一差异驱动了用户对其他个体的信息发布有知识交互的意愿。个体对于自身熟悉的领域及相关领域有获取知识的兴趣，乐于捕获这类知识的基因片段，进而与信息的发布者产生知识交互，这种交互表现为点赞和回复行为。发布信息的用户在与其他用户的交互过程中，对所发布的观点进行修订和判断，同时传递个体的知识。作为知识的传递者有交流的欲望，在信息传递交流过程中，有产生知识共鸣的预期。通过微信这一自媒体平台进行信息的发布者，通常希望获得阅读者对自己所发布信息的认同或建议进而引起更多的交互行为，这种交互行为来自于知识共鸣的预期。信息的发布者与信息的承接者之间存在知识的位势差异，这种差异促进了用户进行持续性信息交互。发布回复的用户表述自己对于相关知识的观点，利用这一回复进一步对相关知识进行学习。

2.2 事件记录型

个体知识存量是个体知识创造的重要因素，利用存量知识完成对新知识基因片段的捕获，并在此基础上完成知识基因重组是实现知识创造的第一步。知识创造是新知识的产生过程，通过对新知识的捕获吸收完成知识的倍增，不同于创意阶段的知识结合，创造阶段更强调知识基因的累计过程和结果[13]。知识创造过程存在大量的知识基因片段的积累和重组，捕获知识基因片段的能力、知识基因的重组方式、知识的单元化构建途径、知识模块的功能展现都是影响知识创造的最重要因素。知识的创造能力除了取决于个体自身的知识融合能力，更受到外界环境的影响。关联知识是与自身存量知识相关联的未掌握的知识，这类知识是知识创造的源泉[14]。关联知识与存量知识的接触方式、融合类型及融合的时机决定了关联知识是否能够与存量知识进行融合，创意形成后是否会被个体采纳成为知识积累的始点。创意形成后，知识进入知识创造的阶段，这一阶段存量知识不足以完成对创意知识的构建，需要大量增加存量知识来满足知识的需求。

用户会面临大量信息，当其接触到感兴趣的信息时会采用收藏和转发等形式进行信息记录，对于确切想了解的内容会采用网络搜索和朋友圈发布信息等方式进行询问和确认。单一的知识转发和事件发布只起到基本事件记录的功能，但是，通过这一过程把与用户存量知识有关联的知识进行了积累，这一过程实现了大量知识基因片段的存储。这个存储过程是对创意阶段所形成的知识萌芽的一个培育过程。用户用微信记录一些信息、事件、图片和新闻，是因为自身对这一话题或含义富有兴趣，兴趣源于知识的创意。用户单纯记录不加任何评论是一种知识记录的方式，期望通过这种方式表达对某个话题或事件的态度和意见，也期望产生对这类问题的讨论，进而增加自身对这类知识的掌握和学习。

2.3 炫耀表述型

个体知识基因片段融合所产生的知识创意需要进行确认和识别，通过这一过程确保知识的创意具备存在价值和转化为创新的可能，这一过程要求对知识的创意必须进行检验，而这一检验过程需要与其他知识个体进行交互完成。因此，个体具备知识创意后，需要将所产生的

知识管理论坛，2017(4):296-303
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2017.032

创意放到自己所处的知识群体中，让具备同源知识的个体对所构建的创意知识进行评判，利用与其他个体的交互对已有的创意进行完善，创意的完善过程也是一个知识创造实施的过程。个体知识具有较大的专业局限性，即在某些领域具备较高的知识量，但无法兼顾所有领域，而知识创意的成长所可能需要的领域知识会超出个体所具备的存量知识[15]。因此，个体创意产生后，如果在与其他个体进行交互中发现自身存量知识的欠缺，可以利用其他个体对创意的理解完成欠缺知识片段的完善和补充，利用已有知识群体的组织性知识对已有知识创新进行培育，在此期间，个体知识得到增长。

当微信用户发现一些新奇的现象及有感而发时，迫切需要将所了解的信息或自己理解的含义发布到朋友圈，通过这一过程分享自己的创意形成所带来的兴奋，与此同时朋友圈内的好友确认自己所发布的信息，是一种全新的体验。好友中有同事、同学及同行等与自己具备相同或相似知识背景的个体，得到他们的肯定回复或是点赞代表了同领域个体对自己创意的一种肯定。好友的回复会带来一些信息发布者所未考虑到或是不了解的内容，这些内容对于创意具备一定的修订和补充作用。发布信息的个体通过与好友互动，了解一些个体本身所欠缺的知识，这一了解过程构建了个体知识与外界知识接触的渠道，为存量知识的增加提供了可能。个体形成的创意在完善过程中，产生了对其他知识基因片段的整合，同时发现自身相关存量知识的欠缺。因为对该创意具备较高的兴趣，进而产生了学习的兴趣，形成一种知识学习的动机。

2.4 客观评价型

个体在形成知识创意后，会使用自身的存量知识对所形成的创意进行吸收和完善，知识创意利用个体自身存量知识的多样性完成与个体的知识融合。这一融合过程主要在创意产生前阶段进行，创意产生后阶段会持续完成与个体其他知识基因片段的融合，确保个体知识与创意知识完全融合，用现有的存量知识对创意进行吸收并发现自身存量知识的缺口，进而明确需要学习的方向，产生知识学习的动机。每个知识个体在融合知识创意的过程中，都会对知识创意产生一个客观的评判，是在自身的知识理解能力基础上完成，有助于完整融合创意及了解自身的知识缺口。创意知识与存量知识基因融合中，会存在知识变异，需要对这种知识变异进行筛选和判断，将符合知识创新发展的变异进行保留并基于这一创新进行知识学习，通过与其他知识个体进行知识确认来判断这一知识变异过程是否正确是保证知识筛选的一个重要过程。

微信用户发现一个感兴趣的主题后会产生共鸣，这种共鸣会引发用户思考，通过对这一主题进行深入分析和思考，用自有知识对这一主题进行理解评判得出一个结论，这个结论具备很显著的个人知识属性，完全依靠个人的知识理解去分析并作出在自己朋友圈进行扩散的决策。因此，用户在朋友圈或是兴趣群内进行相关主题的转发时会进行一些客观的评价，这类评价会因人而异，通过与其他用户的深入探讨，部分用户会就某个主题所探讨的内容产生一些学习的需求。每一个主题带给用户的理解会根据用户自身的知识背景有一定的差异，因此在进行客观评价时，所分析的视角会产生一定的不同结论。用户在与其他用户进行互动交流的过程中，针对自己的观点进行知识的确认和过滤，确保自己的观点的准确。

3 微信模式下个体知识扩散的特性

3.1 实时性

个体间的知识差异是产生知识转移的前提，知识的差异需要主体去感知和评判[16]，这一过程所需要的时间越短暂，主体所付出的时间成本就越小，获得足够知识成长的空间越大。知识的发送方需要快速确认自己所扩散的知识是否能够得到领域认可，这一知识检验的过程需要在短时间内扩散到较大的范围内，在确认

和修正过程中完成知识改进。知识的接收方需要对外界的知识进行快速过滤，在大量的知识基因片段里寻找能够与自己存量知识进行融合的知识片段。由此可见，知识扩散阶段对于知识接受和发送双方而言，需要实时接触来增加彼此的知识交互的几率，扩大知识交互的范围。知识扩散阶段需要在知识的收发两个主体间建立一种实时的模式和机制，确保知识扩散的实施。

在微信模式下，信息的扩散来自于个体发送方，知识的传递所需要的过程时间很短暂，个体的任何有感而发都会在第一时间传递到朋友圈、订阅号或是兴趣群内，利用这些渠道与相关群体进行知识交互，通过这一过程对知识进行确认。接收到这些信息的个体也会及时与信息的发送方进行知识交互，对相应的观点进行点赞、评论，通过这些途径完成对知识的认可。

3.2 短期性

知识传播是指在特定环境下，利用各种传媒手段，有目的的向特定群体进行知识信息传播的活动，并期待收到相应传播效果的行为[17]。大量新知识产生后，因为不能被吸收接纳会出现迅速隐身的现象，在相关领域产生一种短期性的生命特征。这种短期性是新知识在传播初期的必然现象，作为知识的发送方希望被接纳的程度高，会采用各种传播手段和工具，扩大其知识传播的范围，增加被接纳的机率。知识的传播者将知识进行扩散，而接触到这类知识的承接方的存量知识决定了吸纳新知识基因的时间，向特定的专业群体传播可以确保新知识基因片段被吸收，一个新知识能够被吸纳的知识基因片段越多，则该知识被接纳及吸收的程度就越高，对于知识承接方所产生的影响就越大。但是，知识被传播后，如果不能被迅速接受和传播，就会导致其经历短暂的被关注后，迅速被其他相关知识所替代，除非这类知识在某些领域产生较大需求才会被重新关注。

微信是自媒体传播的主要工具，具备最大的特征就是实时性，能够迅速将信息发布者的个人观点传播出去。个体所产生的新创意需要与相关人员进行沟通，会通过微信朋友圈发放个人的观点，通过兴趣群与相关专业人员探讨一些新成果，利用订阅号将部分阶段性的成果发布到社会范畴。通过微信这一信息媒体加大新知识的扩散范围，降低传播的时间成本，可以有效增加新知识的生存性。但是，微信按照时间顺序发布信息，信息接收方很容易忽略推送的信息，造成信息的覆盖。如果发布者的信息没有持续被跟进点赞或评价，就会被遗忘，放大了新知识发布初期的短期性特征。微信平台信息更新的快速性，造成新知识如果不能被快速传播和吸收就会立刻被淹没，大量新创意产生后都会经历短期的曝光，然后快速沉寂。

3.3 专业性

知识的扩散过程是知识在个体之间进行传播，跨越时间与空间实现对不同个体的覆盖[18]。知识存在的粘性特征造成了知识跨越主体和组织边界进行传播会存在一定的障碍。通过分析知识扩散路径发现，非正式渠道的知识扩散过程有助于个体之间的知识交流[19]。对于具有相同知识背景的个体，非正式渠道的知识交流有助于知识跨界流动，能够提高员工创新意识的构建[20]。通过建立交流的平台能够提升知识交流的意愿，扩大知识交流范围，降低知识交流中的冲突，促进知识吸收。这一过程可以保证知识能够根据发送方的扩散方式送达接受者，是否能够被吸收不由发送方决定。知识接受者需要对所接受的知识进行筛选和甄别，用自身的存量知识与外部知识进行有效联接，才能确保所接受的知识被吸收。因此，接收方的自身存量知识的特征决定了知识扩散的效果。在知识自身的专业领域内进行传播有助于发布者的知识与接收方的知识产生共鸣，加速对相关知识的扩散。

个体利用微信平台的主要功能是通讯和知识交流，所发布的任何信息及表述的内容都与其自身的知识背景有很大的关联性。个体的有感而发通常是所接受的信息与自身所掌握的专

知识管理论坛，2017(4):296-303
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2017.032

业知识产生了共鸣，从专业的角度进行评论，并引发相关群体的一种关注。个体利用朋友圈发布的信息、兴趣群所探讨的话题及订阅的公众号多数与自身的兴趣和工作有关，个体这些方面所掌握的知识会支持其参与到话题的讨论当中。专业性的知识扩散有助于吸引感兴趣的个体参与到讨论当中，关注相关知识，微信圈的热度信息的形成是因为专业人士的参与增加了阅读者的兴趣，并促使其参与到讨论当中，利用所获得的知识进行在传播。

3.4 友善性

就社会网络而言，每一个个体都拥有大量的直接或间接关系，个体在信息传递上起到一个桥的作用，通过与其他节点之间的互动强化这一联系 [21]。个体之间的强关系需要较多的时间进行维系，这种维系的过程通常建立在信息的交互上，个体间的知识背景、交流的话题具备较高的相关度；个体之间的弱关系需要通过交互来强化联系，这种交互过程会加速个体异化的知识的交流。个体在构筑社会网络时，为了确保关系的维系，通常利用自身的知识与其他个体进行交流，将自有的知识传递给他人并接纳其他所感兴趣的知识。知识获取的方式及知识产生的背景内化于社会网络当中，情景的依赖性和知识的独特性会影响知识转移的效果 [22]。作为知识发送方，需要耐心并详细地阐述知识，以使接受的个体愿意倾听，才能创造与接受方的存量知识进行融合的契机。知识的接收方需要认真了解所接纳的知识是否确定能够正确被理解，便于知识吸收。

微信作为一个信息交互的平台，存在大量的个体作为信息交互的节点，节点之间主要依靠强关系形成连接，进而构成一个社会网络，势必需要彼此尊敬，经常通过点赞和发表正向的评论等善意行为强化与信息发布者之间的关系。微信的内部机制是利用善意的互动强化人与人之间的关系，进而维系这种强关系。微信好友的互动主要是基于同学、同事及亲友的强关系建立，用户的强关系是确保知识传递的基础，通过友善的交互方式，使得知识的发布者可以将自有的知识或是新的创意更充分地传递给接收方，接收方可以更充分地识别知识基因的特征，加大知识存留的时间，为知识的内化创造条件。

3.5 传导性

知识扩散是一种知识流动的机制，这种机制确保了相似的知识结构和知识背景下的个体之间进行知识的互动，是知识共享的结果 [23]。知识扩散需要在特定环境下实施，并通过个体之间的传递实现知识的大范围传播。社会网络的存在为知识流动提供了渠道，知识这种扩散特性是通过传导的方式进行，利用个体为节点实现知识的传递过程。个体在知识转发过程中，不是单一的复制而是用自身的存量知识进行知识吸收，将所理解的知识再进行传递，这就是知识的变异过程 [24]。知识传导的过程是促进个体与外部知识交互的前提，诱发个体内部知识发生变异，为创意的产生创造了条件。个体在进行知识扩散时，会明显感受到自身知识的增加和新创意的涌现，这种感觉会促使其增加参与知识分享的行为。

微信作为一个自媒体平台是个人进行信息交互的场所，大量的用户在此分享个人的信息，并实现知识的分享。每个个体作为一个中心在微信上发布信息的同时，会转发从其他个体那里所获得的信息，并阐述自己的观点，这一转发过程会通过很多个体持续转发实现信息扩散。个体在微信平台上发布信息后，朋友圈、兴趣群和订阅号会因为对这类观点的认同进行转发，进而促进更多个体转发相关信息。个体的转发代表了对这一信息的赞许和认同，并结合相关信息阐述自身的观点，这种信息捕获是一种知识学习的过程，也是知识完善和传播的过程。

4 总结

知识扩散是知识管理领域重要的研究内容，以往的研究更多关注于知识本体的传播方

式及知识的吸收效率。当微信成为当今重要的通讯工具以后，个体之间的沟通方式发生了巨大的改变，知识交流更加便捷。本文从个体的知识交互方式出发，分析个体利用微信进行知识扩散的方式和特性，阐述个体知识学习所形成的知识扩散模式及表现特征，从知识进化的视角诠释了知识流动的形态。本文以使用微信平台的个体为研究对象，分析了个体的知识扩散行为，关于个体知识吸收的影响因素及效用等问题则有待今后展开更深入的分析。

参考文献：

[1] QuestMobile, 2016 春季 APP 实力榜 [EB/OL]. [2016-04-17]. http://www.questmobile.com.cn/blog/blog-39.html.

[2] 詹恂 , 严星 . 微信使用对人际传播的影响研究 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2013, 12(12): 112-117.

[3] 赵洁 , 马铮 , 王雪雅 . 基于微信的图书馆服务 : 现状与服务模式构建 [J]. 情报理论与实践 , 2014, 37(7): 90-94, 110.

[4] 刘颖 , 张焕 . 基于社会网络理论的微信用户关系实证分析 [J]. 情报资料工作 , 2014(4): 56-61.

[5] 都平平 , 郭琪 , 李雨珂 , 等 . 基于社交媒体的网络学科信息交互推广服务 [J]. 图书情报工作 , 2014, 58(2): 84-90.

[6] COWAN R, JONARD N. Network structure and the diffusion of knowledge [J]. Journal of economic dynamics &control, 2004, 28(8): 1557-1575.

[7] 李志宏 , 朱桃 . 基于加权小世界网络模型的实践社区知识扩散研究 [J]. 软科学 , 2010, 24(2): 51-55.

[8] 张凌志 . 基于知识类生物模型下的知识熟化研究 [J]. 科技进步与对策 , 2011, 28(19): 107-111.

[9] 野中郁次郎 , 竹内弘高 . 创造知识的企业 [M]. 李萌 , 高飞 , 译 . 北京 : 知识产权出版社 , 2006.

[10] 张凌志 . 基于生物进化模式下的知识进化机理研究 [J]. 情报杂志 , 2011, 30(2): 105-109.

[11] 张凌志 . 微信模式下个体知识学习的特征和交流模式研究 [J]. 情报理论与实践 , 2015, 38(7): 67-71.

[12] DAHLM S, PEDERSEN C R. Knowledge flows through informal contacts in industrial clusters: myths or realities [J]. Research policy, 2004, 33(9): 1673-1686.

[13] LENOX M, KING A. Prospects for developing absorptive capacity through internal information provision [J]. Strategic management journal, 2004, 25(5): 331-345.

[14] HERTOG P D, BILDERBEEK R. The new knowledge infrastructure: the role of technology-based knowledge intensive business services in national innovation systems [R]. Atlanta: SI4S, 1998.

[15] NAGURNEY A, QIANG Q. A knowledge collaboration network model across disciplines[EB/OL]. [2017-05-02]. https://www.researchgate.net/publication/221118274_A_Knowledge_Collaboration_Network_Model_across_Disciplines.

[16] REAGANS R, MCEVILY B. Network structure and knowledge transfer: the effects of cohesion and range[J]. Administrative science quarterly, 2003, 48(2): 240-267.

[17] 汤树俭 . 从知识传播到知识转移 : 一种社会和文化的批判意义 [J]. 图书馆学研究 , 2008(1): 5-8.

[18] NONAKA I, KONNO N. The concept of “Ba”: building a foundation for knowledge creation [J]. California management review, 1998, 40(3): 40-54.

[19] 胡昌平 , 周知 . 网络社区中知识转移影响因素分析 [J]. 图书馆学研究 , 2014(23): 24-30, 6.

[20] 李莉 , 党兴华 . 基于知识位势的技术创新合作中的知识扩散研究 [J]. 科学学与科学技术管理 , 2007(4): 107-112.

[21] THAGARD P. Collaborative knowledge[J]. Noûs, 1997, 31(2): 242-261.

[22] KOGUT B, ZANDER U. Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology [J]. Organization science, 1992, 3(3): 383-397.

[23] KRENG V B, TSAI C M. The construct and application of knowledge diffusion model[J]. Expert systems with applications, 2003, 25(1): 177–186.

[24] 张凌志 . 知识进化下知识变异的来源、条件与过程研究 [J]. 情报杂志 , 2011, 30(8): 180-184.

作者贡献说明：

张凌志：撰写论文，修订知识扩散模型；

薛晶心：搜集与分析微信内容，搜集与整理参考文献。

知识管理论坛，2017(4):296-303
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2017.032

Characteristics and Diffusion Model of the Individual Knowledge in the WeChat Mode

Zhang Lingzhi[1] Xue Jingxin[2]
[1]Graduate School of Tianjin Foreign Studies University, Tianjin 300204
[2]International Business School of Tianjin Foreign Studies University, Tianjin 300270

Abstract: [Purpose/significance] According to the model of the individual knowledge diffusion, we conduct a behavior research and analyze the characteristics of that based on WeChat which is the most popular communication platform in China. **[Method/process]** By analyzing the methods of the diffusion on WeChat, we analyzed the characteristics of the individual knowledge diffusion. **[Result/conclusion]** The characteristics of the individual knowledge diffusion include real-time, short-term, speciality, friendship and transmission.

Keywords: WeChat　individual knowledge　knowledge diffusion